[6] См.: Son A. Le, Mark Kroll, Bruce A. Walters Stages of corporate governance in transition economies…
[7] См.: McCarthy D., Puffer S. Corporate governance in Russia: A framework for analysis // Journal of Worm Business. 2003. № 38. P. 397–416.
[8] См.: Williamson O. E. The institutions and governance of economic development and reform // Proceedings of the World Bank Annual Conference on Development Economics 1994. Washington, 1995. P. 171–197.
[9] См.: Son A. Le, Mark Kroll, Bruce A. Walters Stages of corporate governance in transition economies…
[10] См.: Garrod N. Environmental contingencies and sustainable modes of corporate governance // Journal of Accounting and Public Policy. 2000. № 19. P. 237–261.
[11] См.: Son A. Le, Mark Kroll, Bruce A. Walters Stages of corporate governance in transition economies…
[12] См.: Suhomlinova O. O. Constructive destruction: Transformation of Russian state-owned construction enterprises during market transition // Organization Studies. 1999. № 20. P. 451–483.
[13] См.: Williamson O. E. The institutions and governance of economic…
[14] См.: Son A. Le, Mark Kroll, Bruce A. Walters Stages of corporate governance in transition economies…
[15] См.: McCarthy D., Puffer S. Corporate governance in Russia: A framework for analysis // Journal of Worm Business. 2003. № 38. P. 397–416.
[16] Ibid.
[17] См.: Peng M. W. Institutional transitions and strategic choices // Academy of Management Review. 2003. № 28. P. 275–296.
[18] См.: Williamson O. E. The institutions and governance of economic…
[19] См.: Shleifer A., Vishny R. A survey of corporate governance // Journal of Finance. 1997. № 52. P. 737–783.
[20] См.: McCarthy D., Puffer S. Corporate governance in Russia…
[21] См.: Peng M. W. Institutional transitions and strategic choices…
[22] См.: Suhomlinova O. O. Constructive destruction…
[23] См.: Son A. Le, Mark Kroll, Bruce A. Walters Stages of corporate governance in transition economies…
[24] См.: Shleifer A., Vishny R. A survey of corporate governance // Journal of Finance. 1997. № 52. P. 737–783; Son A. Le, Mark Kroll, Bruce A. Walters Stages of corporate governance in transition economies…
[25] См.: Головчанская Е. А., Кирсанова И. А. Современный этап формирования корпоративного управления в Республике Беларусь в условиях институционального окружения // Экономика и управление. 2013. № 2. С. 57. Режим доступа: http://www.elib.bsu.by/handle/123456789/43763; Кирсанова И. А. Проблемы заимствования институтов корпоративного управления // Управление занятостью молодежи: проблемы и перспективы: межвуз. сб. науч. тр. по материалам V ежегодного заседания круглого стола (Волгоград, 26 апр. 2013 г.). Волгоград, 2013; Сенько А. Н. Корпоративные интересы и проблемы экономической безопасности национального производства // Весн. БДУ. Сер. 3. 2006. № 1. С. 79–82.

Поступила в редакцию 05.06.13.

Ирина Анатольевна Кирсанова – старший преподаватель кафедры инновационного менеджмента.

УДК 338.012

Ю. А. КОРОЛЕВА

СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ РЫНКА СПА-УСЛУГ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Исследуются основные направления формирования спа-отрасли в Беларуси, проводится анализ современных тенденций развития рынка спа-услуг, предлагаются конкретные пути преодоления выявленных проблем в спа-индустрии. Дана оценка текущего состояния спа-отрасли, представлена классификация действующих в Беларуси спа, рассмотрено их количество и месторасположение. Детально изучена возможность развития спа на базе белорусских санаториев, обоснован с учетом этого рост объема экспорта услуг. Отмечается, что основным фактором, препятствующим росту спа-индустрии в Республике Беларусь, является неразработанность законодательства, регулирующего деятельность в спа-отрасли, предложены мероприятия по повышению эффективности ее работы.

Ключевые слова: спа-отрасль; сфера услуг; релаксация и оздоровление; санаторно-курортные учреждения; развитие.

The article investigates the spa industry in the Republic of Belarus. The subject of the research are the main problems of formation of spa industry in Belarus, the goal is the analysis of the modern trends in the development of the spa services market and is to find concrete ways to address the identified problems of the spa industry. The paper analyzes the current state of the spa industry, the classification of operating spas in Belarus, examined the number and location of the spa facilities, a detailed study of the possibility of developing a spa on the basis of the Belarusian health resorts and justified the growth in exports of services arise from this. According to the analysis revealed micro- and macro-economic factors affecting the growth of the spa industry in the Republic of Belarus, where the most significant acts undeveloped legislation regulating the activities in the spa industry, and proposed measures to improve the efficiency of the industry.

Key words: spa industry; services; relaxation and wellness; spa facilities; development.

Мировая индустрия спа* является одним из ведущих и наиболее динамично развивающихся секторов рекреационных услуг и объединяет предприятия, оказывающие спа-услуги,

* Согласно определению, предложенному Международной ассоциацией спа (ISPA) в 2007 г., спа – это место для улучшения общего состояния с помощью разнообразных профессиональных услуг, которые способствуют обновлению сознания, организма и духа.

т. е. оздоровительно-восстановительный комплекс процедур с использованием морской, термальной, минеральной или пресной вод, морских водорослей, целебных растений и лечебных грязей, производителей оборудования и косметики для спа, консалтинговые и обучающие компании, профильные средства массовой информации, а также смежные отрасли, включая туризм и гостиничный бизнес.

Следует отметить, что отечественный рынок спа еще находится на начальном этапе формирования и в большей степени сконцентрирован на «экспресс-спа», когда клиент проводит в салоне лишь пару часов, где ему предлагают отдых и релаксацию, однако для оздоровления этого не всегда достаточно. Учреждений, оказывающих спа-услуги в Беларуси, много, но среди них практически нет полноценных спа-структур, вследствие чего искажаются представления потребителей о самом понятии спа и его стандартах.

Актуальность проводимого исследования можно обосновать низкой степенью разработанности проблем развития спа в Республике Беларусь. Несмотря на то что в стране существует спа-отрасль, решением ее задач, разработкой инструментария формирования и оценкой объема оказываемых услуг мало кто занимался. В результате как производители, так и потребители продуктов спа-отрасли из-за ее несформированности сталкиваются с рядом проблем и упущенных возможностей: недостаточный спрос, недобросовестная конкуренция, некачественность произведенных продуктов и оказанных услуг. В итоге проигрывают обе стороны.

Согласно данным Международной ассоциации спа (ISPA), в 2012 г. рынок спа-туризма в целом, т. е. включающий помимо спа-услуг весь сопутствующий комплекс туристических услуг, оценивался более чем в 170 млрд долл. В мире зарегистрировано свыше 50 тыс. предприятий спа-индустрии, общий доход которых составил более 40 млрд долл. Для спа-отрасли характерны высокие темпы роста – 11,1 %, что превышает рост рынка туристических услуг. Лидерами спа-индустрии по объему доходов и количеству действующих предприятий являются США, Франция, Великобритания, Италия, Китай, Таиланд и Бразилия[1]. В качестве основной причины динамичного развития спа-отрасли можно рассматривать массовую потребность в оздоровлении, связанную с пониманием в современном обществе значимости укрепления здоровья, поддержания хорошей физической формы и положительного психоэмоционального состояния.

Согласно международной классификации спа-услуг, которая проводилась по ряду критериев, включающих местоположение, продолжительность пребывания клиентов, целевое назначение программ, выделяются семь категорий спа:

• Дейспа (однодневное пребывание; преимущественно городская локализация; широкий набор услуг, включая традиционные эстетические услуги: разовые, пакеты, программы). Эти спа имеют площадь от 200 м^2.

• Клубные (локализация – в фитнес- или веллнесс-клубе; основное направление – фитнес; спа-услуги как дополнительные; определенная целевая аудитория; аналогичный дейспа набор услуг; разновидности: tennis spa, golf spa).

• Гостиничные/курортные (местоположение – в структуре отеля или на курорте; рассчитаны на продолжительное пребывание клиентов; веллнесс-программы наряду со спа-услугами; основная клиентура – туристы и гости отеля; менеджмент управляющей компании отеля; тенденция – использовать известные бренды).

• Медицинские (интегрированы в структуру медицинского учреждения; основное направление – медицинские услуги; специализация – одно из направлений современной медицины; спа-услуги – вспомогательные; спа-персонал под контролем медицинского; обязательное медицинское лицензирование; стационарное обслуживание).

• Природные (локализация на природных источниках (талассо-, бальнео-); назначение – реабилитация, профилактика, общеоздоровительная физиотерапия; клиентура по медицинским показаниям; возможность проживания).

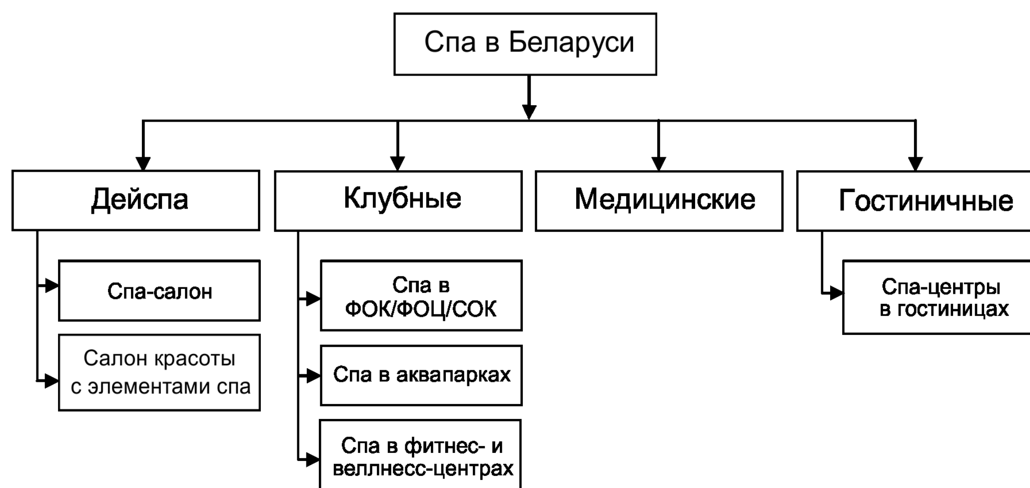
• Целевые, или специализированные (самая малочисленная категория; работа по целевым многодневным программам; проживание в течение определенного срока; акцент на веллнесс; дорогостоящий характер программ; программы здоровья).

• Круизные (локализация на круизных лайнерах; естественные условия для талассотерапии; строго определенная целевая аудитория; идеальные маркетинговые условия; акцент на эстетические процедуры; непостоянный состав персонала)[2].

Одной из интересных тенденций последнего десятилетия является то, что одновременно с ростом количества практически всех категорий спа происходит смещение их границ в рамках некоторых категорий или их сращивание. Например, гостиничные/курортные и специализированные спа предлагают целевые оздоровительные программы послеоперационной реабили-

тации, а бывшие узкопрофильные санатории преобразуются в спа-отели со всеми атрибутами гостиничного сервиса и размещенными на их базе медицинскими спа.

Исходя из того, что в Беларуси спа-услуги предоставляют в основном салоны красоты, медицинские учреждения, физкультурно-оздоровительные комплексы, а также несколько гостиниц, классификацию производителей спа-услуг в Республике Беларусь можно представить в следующем виде:



Классификация спа в Беларуси

Данные о количестве и расположении белорусских спа представлены в таблице.

Количество и локализация белорусских спа

Виды спа	Минск	Брест	Витебск	Гомель	Гродно	Могилев
Дейспа	116	8	9	6	4	10
Клубные	39	3	2	1	2	4
Медицинские	136	33	40	27	27	26
Гостиничные	4	2	–	–	–	–
Всего	295	46	51	34	33	40

Источник: собственная разработка на основе данных[3].

В Беларуси специализированных спа-центров значительно меньше, чем салонов красоты, в перечне услуг которых есть спа-процедуры. Они произошли в основном из парикмахерских, включавших в свои услуги определенные спа-процедуры. Часть из них избрала спа как основной вид предоставляемых услуг, другие же предлагают спа как дополнительные услуги. Отсюда и условное деление на спа-салоны и салоны красоты с элементами спа. При этом к спа-салонам предъявляются определенные требования: площадь помещений, высокое качество сервиса, наличие душевых, раздевалок, зоны для релаксации и специального оборудования. Центры же с элементами спа – это салоны красоты или парикмахерские, предоставляющие клиентам набор услуг, относящихся к спа (например, определенный спектр услуг по уходу за телом (некоторые виды обертываний), процедур по уходу за лицом, массаж и т. д.

Клубные спа – это те спа-объекты, которые входят в структуру фитнес- или веллнесс-клуба. В Беларуси их пока единицы, но спа-объекты размещаются и оказывают спа-услуги практически в любом физкультурно- или спортивно-оздоровительном комплексе, аквапарке или фитнес-центре.

В Республике Беларусь пока отсутствуют спа-отели и к данному виду спа относятся только спа-центры, находящиеся в гостиницах. Согласно официальным данным, в 2012 г. в нашей стране насчитывалось 315 гостиниц, из них на оказание гостиничных услуг сертифицировано только 30. Это две гостиницы класса 5 звезд, три – класса 4 звезды, восемнадцать – класса 3 звезды, семь – класса 2 звезды и одна – класса 1 звезда. Десять из этих 30 гостиниц расположены в Минске, кроме того, это единственный город, где представлены гостиницы класса 5 звезд[4]. Следует отметить, что гостиничные спа-центры в Беларуси начинают создаваться и на базе отелей, строящихся к чемпионату мира по хоккею в 2014 г. Это интернациональные гостиничные сети: Kempinski, Radisson, Hyatt Regency, Hilton, Holiday Inn.

Самыми распространенными являются медицинские спа. Среди них велика доля государственных учреждений здравоохранения: поликлиник, больниц, реабилитационных центров. Во многих из них для лечения пациентов используются массаж и различные виды физиопроцедур: водные, грязевые и т. п.

Спа-процедуры, относящиеся к физиотерапии, в Беларуси можно получить в условиях санаторно-курортного лечения. В настоящее время в стране насчитывается 369 санаторно-курортных и оздоровительных организаций на 75,2 тыс. мест. Около 100 из них оказывают соответствующие требуемому уровню спа-услуги: разные виды массажа, обертывания, косметические уходы, бальнеотерапию, галотерапию[5].

Для белорусских санаториев характерна высокая заполняемость, обусловленная популярностью санаторно-курортных учреждений благодаря сложившимся еще с советских времен традициям. Устойчивой тенденцией последних лет является растущий спрос потребителей помимо лечебно-профилактических на другие процедуры, в том числе и на спа-услуги. Природа Беларуси богата лечебными ресурсами: так, в наших санаториях используются 85 скважин минеральных вод, 61 санаторий имеет грязелечебницы, массово распространены радоновые ванны. Это достаточная база для развития природных спа, и сложившиеся мировые тенденции демонстрируют, что наиболее успешно развиваются спа-центры, которые имеют доступ к природным источникам – минеральным водам и грязям. Медицинская составляющая санаториев обладает конкурентным преимуществом среди белорусских спа благодаря серьезной научно-практической базе, высокому уровню подготовки медицинского персонала и доступным ценам на услуги.

Можно отметить, что санаторно-курортному сегменту туристического рынка Беларуси в последнее время отводится приоритетное значение в обеспечении экспорта туристических услуг. Это объясняется значительной активизацией экспортных функций лечебно-оздоровительного туризма в Беларуси. Ориентация на развитие экспорта вызвана не недостаточным объемом внутреннего спроса, а более высокой рентабельностью привлечения иностранных туристов. Это обусловлено как наличием в большинстве белорусских санаторно-курортных организаций повышающего ценового коэффициента для иностранных туристов при приобретении путевки, так и их более высоким платежеспособным спросом на дополнительные платные услуги. Развитие спа-комплексов в белорусских санаториях приведет к росту экспорта услуг.

Успешным примером наращивания экспорта услуг на основе расширения спа-отрасли является Литовская Республика, где развитие этого сектора было инициировано со стороны государства и реализовано при помощи европейских программ. Благодаря им были созданы благоприятные условия для бизнеса и обеспечивалось частичное финансирование инвестиционных и образовательных спа-проектов. Так, реализация программы «Расширение спектра услуг по туризму и улучшение качества туристических услуг из средств поддержки структурных фондов ЕС на 2007–2013 гг. (Turizmo paslaugų (produktų) įvairovės plėtra ir turizmo paslaugų kokybės gerinimas iš 2007–2013 metų Europos Sąjungos struktūrinių fondų paramos lėšų)» способствовала стремительному развитию литовского спа-направления на базе построенных отелей и модернизированных санаториев и привела к существенному увеличению числа иностранных туристов. Успешный опыт Литвы можно использовать в санаторно-курортной сфере Беларуси[6].

Сдерживающим фактором развития спа в санаторно-курортных учреждениях страны выступает прежде всего материально-техническая база, требующая обновления в большинстве из них, и без специальных мер, связанных с реновацией и переоснащением, санаторно-курортные организации не смогут удовлетворять растущие запросы потребителей.

Персонал санаториев – медики, имеющие высокий уровень профессиональной подготовки, но в то же время не знакомые с основами клиентинга и стандартами сервиса. Эта проблема должна решаться путем привлечения внешних консультантов для проведения специальных тренингов. Но здесь необходимо учитывать, что дейспа и клубные спа в Беларуси в основном частные, в то время как медицинские спа – санатории и оздоровительные центры – государственные и их развитие определяется объемом государственных инвестиций.

В целом же развитие спа-отрасли сдерживают следующие факторы:

• низкая платежеспособность населения, что делает данный вид услуг менее доступным для белорусских граждан. Именно поэтому эксперты сходятся во мнении, что развитие отрасли могло бы быть ускорено путем привлечения иностранных туристов, особенно в санаторно-курортный комплекс;

• недостаточная информированность жителей Беларуси о спа-услугах, непонимание, для чего они нужны и какой результат могут дать. Целевая аудитория белорусских спа по половой, возрастной структуре и предпочтениям схожа с клиентами спа в других странах. Специфика в том, что у белорусского потребителя не сформирована осознанная потребность в посещении

спа. Это связано с незнанием или недопониманием, что же такое спа, и неотождествлением его с формой самостоятельного досуга, а также неверной трактовкой понятия со стороны производителей спа-услуг посредством рекламы;

• неширокие предложения и, как следствие, отсутствие здоровой конкуренции. В Беларуси нет комплексных «настоящих» спа, а в большинстве существующих наблюдается низкое качество сервиса и неимение особой ритуалики и атмосферы, обязательной для настоящих спа;

• нестабильная экономическая ситуация в стране, увеличивающая риск для больших капиталовложений, необходимых при создании спа;

• отсутствие регламентирующих документов оказания спа-услуг.

В Общегосударственном классификаторе ОКРБ 015-2003 «Услуги населению» нет такого вида услуг, как спа-услуга или даже уход за телом. В государственных стандартах Республики Беларусь СТБ 1266-2003 также отсутствует категория объекта предоставления услуг спа-салон или спа-центр, а существует только салон «люкс», салон (парикмахерский, косметический, маникюрный, педикюрный), парикмахерская и кабинет (косметический, маникюрный, педикюрный); такая классификация не учитывает всего разнообразия современных спа-услуг. Для получения разрешительной документации на оказание спа-услуг организации руководствуются СТБ для парикмахерских, бассейнов и бань, изданными более 10 лет назад. Эти стандарты не включают перечень современных спа-услуг, поэтому нет возможности их сертифицировать. В Едином тарифно-квалификационном справочнике работ и профессий рабочих нет таких специалистов, как спа-терапевты. В результате культура спа в стране отсутствует.

Исходя из вышеизложенного, можно сделать вывод, что спа-отрасль в Беларуси находится в стадии формирования и имеет потенциал к росту. На сегодняшний день ее оборот измеряется лишь десятками миллионов долларов, производители спа-услуг сосредоточены в основном в Минске и нескольких крупных городах, в Общегосударственном классификаторе этот вид экономической деятельности отсутствует. И тем не менее спа – это отрасль. Она имеет четкое представление границ ее агентами и достаточно развитую инфраструктуру. В Беларуси существуют десятки поставщиков спа-оборудования, косметических препаратов, дизайнерские студии, ремонтно-строительные компании, специализированная пресса и выставки, консалтинговые фирмы и производители рекламных услуг.

Динамика развития отрасли положительная: возводятся аквапарки и другие объекты индустрии спа, на законодательном уровне принята программа строительства в областных центрах бассейнов с комплексом сопутствующих спа-услуг. В 2013 г. в Республике Беларусь появилась первая профессиональная Ассоциация прикладной эстетики и спа. Основная задача производителей в спа-отрасли в условиях интеграции в ассоциацию и налаживания сотрудничества с государственными органами – разработка и реализация комплекса мер по развитию спа-индустрии. Это изменение нормативных правовых актов, регулирующих деятельность организаций по оказанию спа-услуг, распространение достоверной информации о спа и содействие качественной подготовке спа-специалистов.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

[1] См.: Решетников Д. Г., Траскевич А. Г. Современные тенденции развития мировой спа-индустрии // Беларусь в современном мире: материалы X Междунар. конф., посвященной 90-летию образования Белорусского государственного университета (Минск, 28 окт. 2011 г.). Минск, 2011. С. 210.

[2] См.: Кучуркина М. Спа-индустрия сегодня. М., 2008. С. 210.

[3] См.: Статистический ежегодник Республики Беларусь // Национальный статистический комитет Республики Беларусь [Электронный ресурс]. 2012. Режим доступа: http://belstat.gov.by/homep/ru/publications/archive/2012.php (дата обращения: 11.09.2013).

[4] См.: Туризм и туристические ресурсы в Республике Беларусь: стат. сб. // Национальный статистический комитет Республики Беларусь [Электронный ресурс]. 2012. Режим доступа: http://belstat.gov.by/homep/ru/publications/archive/2012.php (дата обращения: 10.09.2013).

[5] См.: Сфера услуг в Республике Беларусь: стат. сб. // Национальный статистический комитет Республики Беларусь [Электронный ресурс]. 2012. Режим доступа: http://belstat.gov.by/homep/ru/publications/archive/2012.php (дата обращения: 10.05.2005).

[6] Чайковская Ю. В. Экономическая политика Беларуси: возможности использования литовского опыта // Материалы V Междунар. науч. конф. «Социально-экономические последствия рыночных преобразований в постсоциалистических странах» (Черкассы, 21–23 сент. 2011 г.). Черкассы, 2011. С. 139–142; Į turizmo projektus per keletą metų bus pritraukta 184 mln. Lt privačių investicijų [Electronic resource]. 2013. Mode of access: http://www.15min.lt/naujiena/verslas/finansai/i-turizmo-projektus-per-keleta-metu-bus-pritraukta-184-mln-lt-privaciu-investiciju-662-358078 (date of access: 14.09.2013).

Поступила в редакцию 28.10.13.

Юлия Андреевна Королева – аспирантка кафедры инновационного менеджмента. Научный руководитель – доктор экономических наук С. В. Лукин.